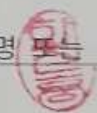


## 2023-2학기 DU-도전학기 계획서

과제명	헬스 커뮤니케이션과 브랜딩			
신청 유형	<input type="checkbox"/> 개인		<input checked="" type="checkbox"/> 팀(팀명: 헬퍼 )	
도전 영역	<input checked="" type="checkbox"/> 전공(주전공 또는 복수전공)		<input type="checkbox"/> 일반선택	
신청 학점	3학점			
참여자	성명	소속	학번	비고
	김 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	[REDACTED]	팀원
	황 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	[REDACTED]	팀장
지도교수 의견	<p>이번 도전학기에 참여하고자 하는 학생은 매우 우수한 인재로서 특히 광고와 PR 분야에 관심이 많은 학생들입니다. 이번에 신청한 헬스커뮤니케이션 관련 주제는 PR이론과 광고PR캠페인실제 수업을 통해 헬스커뮤니케이션을 접하면서 배운 내용을 실제로 적용해 보고자 하는 취지를 가지고 있습니다.</p> <p>헬스커뮤니케이션은 관련 조직과 공중들 간의 소통이 매우 중요한 분야로서 건강불평등, 건강주권 등과 같은 개념을 염두에 두면서 현재 준비해 놓은 프로세스 등을 잘 이끌어나가기 바랍니다. 모든 커뮤니케이션 활동들이 그렇듯 명확한 목표와 공중들을 규정하고 이들을 효과적으로 설득할 수 있도록 전략과 전술 등이 논리적으로 연결되도록 하는 것이 중요함을 상기하기 바랍니다.</p> <p style="text-align: right;">(소속) 미디어커뮤니케이션학과 (성명) 하진홍 (서명 또는 날인)</p>			



### 1. 도전 배경

코로나19로 인해 많은 국민이 몸 건강에 관심을 기울이고 있다. 질병관리청은 국내 만 19세 이상 성인을 대상으로 한 지역사회건강조사 결과를 활용해 코로나19 유행 전후 건강에 관한 관심을 건강생활 실천율로 증명했다. 건강생활 실천율이란 금연, 절주, 걷기 모두 실천하는 사람을 의미하는데, 이는 2021년 29.6%로 2019년(28.4%)보다 증가한 것으로 밝혀졌다.

그러나, 국민의 건강 관심도가 증가한 것에 비해 관련한 정보는 부족하거나 사실확인이 되지 않은 자료가 많다. 건강과 관련한 잘못된 정보는 최악의 경우 건강 악화로도 이어질 수 있기에 올바른 정보 전달이 이루어져야 할 필요성이 있다.

이에 우리 팀은 전공 지식과 공통 관심사인 ‘건강’에 주목하여, 현재 20대가 관심을 가지는 ‘헬시 플래저’에 부합한 정보를 자체 개설한 브랜드(채널)를 통해 전달하고자 한다. 헬시 플래저란 Healthy(건강한)와 Pleasure(기쁨)이 결합한 단어로 건강 관리의 즐거움을 의미한다. 이는 건강 관리란 고통스러운 것이 아닌 즐거운 것이라는 의미로, 기존에 알던 건강 관리와는 다른 모습이다.

우리 팀은 20대를 대상으로 브랜드(채널)를 개설하여, 카드 뉴스를 통한 정보 전달, 학생 참여를 통한 건강 솔루션 제공 캠페인 등을 운영하고자 한다.

## 2. 도전 과제의 목표

### 2.1 팀 목표

전공과목을 통해 조직의 PR과 홍보에 대한 이론을 배웠고, 일상 속 사례와 실제 PR 캠페인이 어떻게 이루어지는지 알아봤다. 그러나 직접 실행해보는 것은 한계가 존재했다. 따라서 우리 팀은 전공 지식을 활용하여 실제 PR 캠페인을 진행해보고자 한다. 건강 관리에 관심을 가지기 시작한 20대를 대상으로 참여 활동을 진행하여 건강 솔루션을 제공하고, 채널을 개설하여 건강과 관련한 정보 전달, 캠페인 홍보 영상 제작 등 다방면의 전공 지식을 실전에 사용하여 연마한다.

### 2.2 개인 목표

○김 [ ] : 디자인을 통한 실무경험 및 개인 역량 강화

- 편집 프로그램(포토샵, 프리미어 등)의 숙련과 채널 관리를 통해 브랜드 운영 경험을 기반으로 전공 역량을 강화한다.

○황 [ ] : PR 캠페인 실현을 통한 역량 강화

- 브랜드 운영과 전체적인 캠페인 기획-진행 단계를 통해 이론과 실제의 차이를 경험하고 공중 관리 기술에 대한 역량을 강화한다.

## 3. 도전 과제 내용

헬스 커뮤니케이션이란, 건강과 관련한 영역에서의 PR 활동이다. 코로나19 이후 건강에 대한 관심도가 높아진 지금, 헬스 커뮤니케이션의 중요도는 더욱 올라가고 있다. 이에 우리 팀은 직접 헬스 커뮤니케이션을 실현하기 위해 브랜드(채널)를 개설하여 관련 활동을 진행하고자 한다. 세부 내용은 다음과 같다.

### 1) 브랜드(채널) 개설

헬스 커뮤니케이션이 이루어질 브랜드(채널)를 개설한다. 브랜드명, 로고, 슬로건 등을 제작하여 앞으로의 활동 기반을 다진다.

### 2) 카드 뉴스·인스타툰 제작

특정 주기로 건강과 관련한 카드 뉴스를 제작한다. 카드 뉴스는 20대가 관심 있어 할 주제의 내용으로 전문적인 지식이 없어도 이해하기 쉬운 내용 위주로 선정한다. 관련 정보는 일차적으로 논문, 뉴스 기사 등을 통해 수집하여, 현직 트레이너, 의사 등의 의견을 통해 제작할 예정이다.

### 3) 건강 솔루션 제공 캠페인 진행

건강 관리를 위해 운동을 시작하고자 하는 대상을 모집, 대상과의 면담, 설문 등을 통한 맞춤형 솔루션을 제공한다. 설문과 면담의 내용은 정확한 솔루션을 위해 일차적인 정보 수집 이후, 지도교수, 트레이너 등을 통한 피드백을 거쳐 형성할 것이다. 캠페인 참가자의 건강을 응원하는 의미와 캠페인 홍보를 위한 굿즈 제작 및 전달도 이루어질 것이다.

### 4) 캠페인 홍보물 제작

캠페인 활동에 대한 정보를 알리고, 참가자를 모집하기 위한 홍보물을 제작한다. 홍보물은 홍보 영상, 포스터, 현수막 등 다양한 시도를 할 예정이다.

팀원 성명	소속	담당 업무
김 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	건강 솔루션 캠페인 기획, 홍보물 제작, 카드 뉴스 제작
황 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	건강 솔루션 캠페인 기획, 홍보 영상 편집, 굿즈 제작, 질문지 제작

#### 4. 도전 과제 추진일정

주차	활동 목표	활동 내용	투입 시간
1주차	PR 캠페인 기획서 작성	팀 회의를 통한 캠페인 기획서 작성	6시간
2주차	기획서 피드백	지도 교수 피드백을 통한 기획서 수정	5시간
3주차	브랜드(채널) 개설	브랜드 이름, 로고, 솔루션 제작	6시간
4주차	주기적인 카드 뉴스 업로드	건강 이슈, 헬스 정보 등을 수집하고 카드 뉴스로 제작하여 채널에 게시 (이 활동은 1-2주 간격으로 지속적으로 진행됨)	8시간
5주차	홍보물 디자인	포스터 및 현수막 디자인	6시간
6주차	홍보물 디자인 피드백 및 제작	포스터 및 현수막 피드백 및 제작 완성된 홍보물 게시	5시간
7주차	홍보 영상 기획	시나리오, 컷리스트 작성	4시간
8주차	홍보 영상 촬영	홍보 영상 촬영	6시간
9주차	홍보 영상 편집	홍보 영상 편집	12시간
10주차	굿즈 디자인 및 제작	굿즈 디자인 및 제작	6시간
11주차	캠페인 실행 준비	캠페인을 실행하기 위한 준비 단계 (질문지 제작, 활동 장소 섭외 등)	6시간
12주차	캠페인 실행 1	기획서를 바탕으로 캠페인 실행	5시간
13주차	캠페인 실행 2	기획서를 바탕으로 캠페인 실행	5시간
14주차	캠페인 결과 정리	캠페인 성과를 분석, 결과 정리	6시간
15주차	최종 결과 정리	모든 활동에 대한 정리	4시간

5. 활동 지원비 상세 내역

활동 지원비 신청내역		
항 목	산출근거	금액(원)
자료구입비	헬스케어 PR의 이해 - 17,100원 헬스 커뮤니케이션 캠페인 이론과 실제 - 17,100원	34,200원
인쇄비	포스터 인쇄비	100,000원
재료비	현수막 제작비 캠페인 굿즈 제작비	500,000원
회의비	1인 10,000원 X 2명 X 15주	300,000원
합계(원)		934,200원

6. 과제 수행 후 제출할 수 있는 결과물

6.1 팀 공통 결과물

- 1) 건강 솔루션 캠페인 기획서
- 2) 운영한 채널을 문서화
- 3) 캠페인 홍보 영상

6.2 개인 결과물

팀원 성명	소속	제출 결과물
김 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	제작한 카드 뉴스, 홍보물(포스터, 현수막)
황 [REDACTED]	미디어커뮤니케이션학과	캠페인 질문지, 굿즈 관련(견적서, 확인서, 샘플)